

ABSTRAK

Rizka Aula Assaf, Analisa Strategi Pengembangan Pemasaran Produk *Wealth Management* Untuk Meningkatkan Nasabah *High Net Worth Individual* (HNWI) (Studi Kasus Pada PT. Bank Permata Indonesia Tbk.), di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusup Sp., M.Si., M.Kom (Promotor) dan Dr. H. Juanim, SE., M.Si (Co-Promotor).

Penelitian ini bertujuan mengetahui, mengkaji dan memperoleh hasil analisis mengenai manajemen pemasaran *Retail Banking*, manajemen pemasaran *Wealth Management*, faktor-faktor yang dapat menghambat pengembangan strategi pemasaran produk *Wealth Management*, strategi pengembangan pemasaran produk jasa *Wealth Management* ke depan yang dilakukan oleh Bank Permata agar dapat meningkatkan nasabah HNWI.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan *single case study* di dalam mendapatkan informasi dari para informan. Penelitian ini menggunakan salah satu bentuk pola pengambilan sampel *snowball* yaitu *exponential-discriminative snowball sampling*.

Hasil penelitian menemukan bahwa (1) Manajemen Pemasaran *Retail Banking* PermataBank melayani 2 (dua) segmen yang berbeda, yaitu segmen nasabah individu dan nasabah segmen *Small Medium Enterprise* (SME) (*unfocused*), kondisi ini menyebabkan PermataBank akan sulit memunculkan keunggulan bersaingnya (2) Pemasaran produk *wealth management* lebih banyak dilakukan kepada segmen nasabah mass dan mass affluent dan belum dapat menarik lebih banyak nasabah HNWI (3) Terdapat faktor-faktor penghambat pemasaran produk jasa *wealth management* PermataBank, yang terdiri dari faktor internal perusahaan (faktor karyawan dan faktor keterbatasan produk); dan faktor lingkungan eksternal (faktor pesaing dan faktor regulasi pemerintah). (4) Strategi pengembangan pemasaran produk *wealth management* dilakukan PermataBank untuk meningkatkan nasabah HNWI adalah mengembangkan distribusi multichannel, memperluas kemitraan strategis, melakukan strategi perluasan target nasabah milenial dan meningkatkan kapabilitas frontliners (*relationship manager*)

Kata Kunci : *wealth management*, *fee base income*, HNWI, manajemen pemasaran holistik, strategi pemasaran